



UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

Dipartimento di Comunicazione ed Economia

COMMISSIONE 2 - ESAMI DI LAUREA

23.07.2026 - ORE 8.30

AULA D1.5 (ex Aula 4)

PRESIDENTE

Vanni Codeluppi

VICE PRESIDENTE

Marco Furini

Componente (segretaria)

Monica Alexandrina Irimia

Componente

Roberto Cavicchioli

Componente

Michele Mariani

Componente

Federico Montanari

Componente

Giacomo Tagliani

Ospite

Nicoletta Cavazza

collegata da remoto

Ospite

Pierpio Cerfogli

Ospite

Veronica Gabrielli

Ospite

Anna Rita Graziani

collegata da remoto

Ospite

Fabio Muzzio

collegato da remoto

Ospite

Christian Stocchi

collegato da remoto

Supplente

Nicola Maria Dusi

Supplente

Stefano Ghinoi

Laureande/i del corso di laurea magistrale in Management e Comunicazione d'Impresa: 4

Laureande/i del corso di laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa: 12

**Corso di Laurea Magistrale in
MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA**

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/relatore
1	190597	RAPPRESENTAZIONE ETNICA E DECISIONI DI CONSUMO: L'INFLUENZA DEL COLORE DELLA PELLE NELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA	GRAZIANI	IRIMIA
2	195973	LO STUDENTATO COME MODELLO DI BUSINESS NELL'OFFERTA PRIVATA ORGANIZZATA	CERFOGLI	TAGLIANI
3	182966	L'IMPATTO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE SULLE STRATEGIE E SULLE TECNICHE DI MARKETING	CERFOGLI	
4	194693	IL RUOLO DEL DESIGN NELL'ADOZIONE TECNOLOGICA DEGLI AGENTI CONVERSAZIONALI: UN FRAMEWORK CONCETTUALE SULLE INTENZIONI COMPORTAMENTALI DEL TURISTA	MARIANI	

**Corso di Laurea Magistrale in
PUBBLICITA', COMUNICAZIONE DIGITALE E CREATIVITA' D'IMPRESA**

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/relatore
5	192834	LA DANZA COME PRATICA SOCIOCULTURALE: SEMIOSFERA E COSTRUZIONE DI SIGNIFICATO NELLA DANZA CLASSICA, MODERNA E VOGUING	MONTANARI	
6	191600	OLTRE LA RETE: NARRAZIONI DIGITALI, ENGAGEMENT E COMUNICAZIONE TRANSMEDIALE DELLA PALLAVOLO	TAGLIANI	
7	196306	LA COSTRUZIONE DELL'IMMAGINARIO INFANTILE NELLA COMUNICAZIONE DEL SETTORE COSMETICO CONTEMPORANEO	STOCCHI	
8	188894	COMUNICARE GLI EVENTI CULTURALI NELL'ERA DIGITALE: IL CASO LUCCA COMICS & GAMES	STOCCHI	
9	196214	GENERATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE - STRUTTURE E PROBLEMATICHE DEI NUOVI ATTORI MEDIALI	CAVICCHIOLI	
10	196123	INTERPRETAZIONE DELLA CRISI REPUTAZIONALE DI MARCA: L'EFFETTO DELL'ANTROPOMORFIZZAZIONE SULLA CATEGORIZZAZIONE DI UNA CRISI AMBIGUA	GABRIELLI	MONTANARI
11	187276	LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA NEL GRUPPO BARILLA: STRATEGIE, PRATICHE E COMUNICAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ	MUZZIO	
12	196370	SATURAZIONE. INFORMAZIONE E INTRATTENIMENTO NELL'ECOSISTEMA DEI SOCIAL MEDIA	TAGLIANI	
13	196560	ACETO BALSAMICO TRADIZIONALE: TRADIZIONE E TIPICITÀ	CODELUPPI	
14	191781	L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA: TRA UNCANNY VALLEY, AUTENTICITÀ E ATTEGGIAMENTO DEL CONSUMATORE	CODELUPPI	MONTANARI
15	191521	LA PUBBLICITÀ SOTTO ATTACCO: STUDIO SPERIMENTALE DEGLI EFFETTI DEL SUBVERTISING SULLA PERCEZIONE DEL BRAND	CAVAZZA	IRIMIA
16	196173	DIMMI COME MANGI E TI DIRÒ COME TI VEDO. STUDIO SPERIMENTALE SULLE PRIME IMPRESSIONI INDOTTE DA UN COMMENSALE NEOFOBICO O NEOFILICO	CAVAZZA	MARIANI

**Direttore del Dipartimento
Prof. Paolo Di Toma**